

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara dengan bisnis ritel yang saat ini sedang berkembang. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya perusahaan ritel lokal baru yang saat sedang terbentuk. Tidak hanya itu di Mancanegara perusahaan ritel ini mulai memasuki Indonesia. hal tersebut dibuktikan dengan adanya perusahaan ritel asing yang berdiri di Indonesia. Untuk dapat menembus pasar perusahaan membawa dampak persaingan antar perusahaan. Perusahaan ditekankan untuk memaksimalkan sumber daya hal ini guna mempratikkan rencana supaya perusahaan tetap berkembang, walupun persaingan antar perusahaan begitu ketat. Para pemasar memiliki strategi dalam mencapai konsep pemasarannya, pasar merupakan kunci dari keberhasilan pemasar.¹ Dengan memberi kepuasan kepada konsumen, maka perusahaan dapat mendapatkan atensi pasar dan dapat memperoleh konsumen dengan hasil yang lebih banyak dari biasanya. Tujuan utama dari strategi pemasaran yaitu kepuasan pelanggan atau konsumen. Tingkat kepuasan pada konsumen yang tinggi akan menciptakan loyalitas konsumen, mengurangi sensitivitas konsumen mengenai harga, mencegah perputaran konsumen, meningkatkan efektifitas iklan maupun sponsor produk, serta meningkatkan reputasi bisnis.² Menurut Buchari Alma yang didalamnya terdapat pendapat dari Zeithaml dan Bitner, ditemukan 5 faktor

¹ Ahmad Rizal, *Manajemen Pemasaran di Era Masyarakat Industri 4.0* (Yogyakarta: Deepublish, 2020).

² Rambat lupiyoadi dan A Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2017),192

yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Faktor-faktor tersebut adalah harga, kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, kualitas produk, faktor pribadi, dan faktor situasional.³

Menurut pendapat Lailatus Sa'dah faktor penting dalam kepuasan konsumen terletak pada kualitas pelayanan. Konsumen akan memberikan baik atau buruknya suatu usaha dilihat dari kualitas pelayanan tersebut. Kelebihan dari kualitas pelayanan pada usaha tetap akan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, kualitas pelayanan tidak berbentuk melainkan dapat dirasakan oleh para *Customer* selain itu kualitas pelayanan juga menjadi pengalaman tersendiri oleh pelanggan. Sehingga, hubungan antara konsumen dan perusahaan akan berpengaruh pada perasaan konsumen yaitu senang ataukah kecewa, dan sedih. Dalam hal ini kepuasan pelayanan dapat dikatakan memuaskan jika sudah melebihi dari ekspektasi pelanggan pada perusahaan tersebut.⁴

Diantara bisnis ritel yang berkembang di masyarakat yaitu bisnis olahan makanan beku atau yang biasa dikenal dengan *frozen food* yang merupakan olahan hasil metode pengawetan makanan yang dilakukan dengan cara menurunkan suhu hingga titik beku, hal ini bertujuan guna memperlambat proses pembusukan.

Era global zaman sekarang, masyarakat Indonesia sudah mulai beradaptasi dengan gaya hidup yang terdapat di luar negeri, contohnya mengkonsumsi produk *frozen food*. *Frozen food* atau makanan beku yang diolah menjadi salah satu alternatif masyarakat Indonesia yang tidak memiliki banyak

³ Buchari Alma, *Manajemen Bisnis Berbasis Hasil Penelitian* (Bandung : Alfabeta, 2017), 156.

⁴ Lailatul sa'dah dan abdullah fajarul munir, kualitas layanan, harga dan citra serta pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen,(Jombang:Univ KHA Wahab Hasbullah,2019) 5

waktu untuk mengolah makanan sendiri. Kepraktisan makanan olahan yang diolah dengan cara di bekukan dinilai sangat lebih efisien dan awet. Pertumbuhan industri makanan beku membuat perusahaan harus dapat memahami permintaan dan kebutuhan konsumen sebagai prioritas utama. Perilaku konsumen akan suatu produk terus berubah dari waktu ke waktu, dan pertumbuhan industri makanan beku dipengaruhi oleh perubahan selera pelanggan yang cepat.⁵ Makanan beku atau *frozen food* menjadi alternatif yang mudah bagi mereka yang ingin mendapatkan gizi dalam makanan. Tren pembelian *frozen food* pada saat pandemi juga mengalami peningkatan dari 20 persen menjadi 36 persen⁶.

Kebutuhan Masyarakat akan makanan beku atau *frozen food* juga terjadi di Kota Kediri salah satunya terdapat pada kecamatan Kota yang berkembang cukup pesat, ini di tandai dengan banyaknya usaha *frozen food* yang berdiri. Hal tersebut didasari oleh banyak masyarakat yang mulai beradaptasi dengan gaya hidup yang praktis seperti terdapat di luar negeri, seperti mengonsumsi makanan beku yang dapat di olah dengan mudah dan dapat disajikan kapan saja tanpa memerlukan banyak waktu. Beberapa usaha yang menjalankan bisnis *frozen food* diantaranya yaitu :

⁵ Nisar, Waqwar. 2014. Influences of Consumer Behavior: Research about Beverage Brands of Pakistan.

International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences, Vol. 4 (8), 137-146; Abdullah, Firdaus et al. 2011. Managing Customer Preference for the Foodservice Industry. International Journal of Innovation, Management and Technology, Vol. 2(6), 525-533

⁶ Rita, hayati.strategi pemasaran makanan beku (frozen food) berbahan daging ayam pada CV. Indomitra Cipta Pangan, Kota Tangerang, (Jakarta:UIN Syarif Hidayatullah,2022) 1-3

Tabel 1. 1
Data toko *Frozen Food* di Kec. Kota Kediri dengan rating terbaik

No.	Nama Mini Market	Alamat
1	<i>Ocha Frozen Food</i>	Balowerti, Kec. Kota
2	Rumah Sosis Banjaran	Banjaran, Kec. Kota
3	<i>Lepi-Lepi Frozen Food</i>	Kaliombo, Kec. Kota
4	Gerai frozen	Ngadirejo, Kec. Kota
5	<i>Mifta Frozen Food</i>	Ngronggo, Kec.Kota
6	<i>Fajar Food and Frozen</i>	Setono Pande, Kec. Kota
7	<i>Damai Frozen</i>	Kaliombo, Kec.Kota

Sumber: Hasil Observasi.

Berdasarkan tabel di atas, terdapat 7 (tujuh) toko *Frozen food* yang berada di Kecamatan Kota, diantaranya yaitu *Ocha Frozen food*, Rumah sosis Banjaran, *Lepi Lepi Frozen Food*, *Gerai Frozen*, *Mifta Frozen Food*, *Fajar Food and Frozen*, dan *Damai Frozen*. Meski ketujuh toko tersebut terletak di satu Kecamatan, namun berada di tempat yang berjauhan dan berbeda tempat. Peneliti menentukan tiga toko *frozen food* untuk dibandingkan dengan dasar toko tersebut merupakan distributor atau menerima pembelian secara grosir yaitu, Rumah Sosis Banjaran, *Ocha Frozen Food*, dan *Lepi Lepi Frozen Food*.

Tabel 1.2
Data penjualan toko frozen food kecamatan Kota kediri
Bulan Oktober-Desember 2022

No.	Toko	Data Penjualan		
		Oktober	November	Desember
1.	<i>Ocha Frozen Food</i>	1.894 pcs	2.052 pcs	2.585 pcs
2.	Rumah Sosis Banjaran	1.934 pcs	2.469 pcs	2.831 pcs
3.	<i>Lepi-Lepi Frozen Food</i>	1.587 pcs	1.687 pcs	2.453 pcs
4.	<i>Gerai frozen</i>	983 pcs	1.452 pcs	1.879 pcs
5.	<i>Mifta Frozen Food</i>	1.023 pcs	1.315 pcs	1.954 pcs
6.	<i>Fajar Food and Frozen</i>	1.060 pcs	981 pcs	1.453 pcs
7.	<i>Damai Frozen</i>	906 pcs	1.143 pcs	1.584 pcs

Sumber: data hasil observasi

Berdasarkan data pada tabel 1.2 menunjukkan bahwa data penjualan tertinggi berada di toko Rumah Sosis Banjaran, yaitu sebanyak 1.934 pcs di bulan Oktober, 2.469 pcs di bulan November dan 2831 pcs di bulan Desember.

Kotler berpendapat bahwa dalam mencapai tujuan pemasaran alat pemasaran yang digunakan adalah bauran pemasaran yaitu *product, price, place, promotion*.⁷ Berikut data perbandingan tiga toko *frozen food* apabila menggunakan teori bauran pemasaran:

⁷ Philip Kotler dan Amstrong, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Prenhalindo, 2017), 120

Tabel 1. 3
Data Perbandingan Dari toko Frozen Food Di Kecamatan Kota - Kota
Kediri Tahun 2023

No	Unsur Pemandangan	Rumah Sosis Banjaran	Lepi-Lepi Frozenfood	Ocha Frozen Food
1.	Product	a. Sosis b. Nugget c. Kentang d. Bakso e. Kulit lumpia dan kulit dimsum f. Keju g. Aneka dimsum h. Ham dan roti burger i. Vegetable frozen j. Saos sambel dan saos tomat k. mayonaise l. Kecap dan bumbu m. <i>Korean frozen food</i> n. Aneka snack dan bahan pelengkap o. Aneka minuman p. <i>Cireng frozen</i> q. Bakso ikan r. <i>Seafood mix</i> s. Daging slice	a. Sosis b. Nugget c. Kentang d. Bakso e. Fillet Ikan f. Keju g. Aneka Dimsum h. Ham dan Roti Burger i. Saos dan Mayonais j. Siomay <i>frozen</i> k. Daging slice l. Bakso ikan	a. Sosis b. Nugget c. Kentang d. Bakso e. Fillet Ikan f. Keju g. Aneka Dimsum h. Ham dan Roti Burger h. Saos Sambel dan Saos Tomat i. Mayonaise j. <i>Cireng frozen</i> k. Daging <i>slice</i>
2.	Price	a. Rp.5.000,- S/D Rp. 100.000,	a. Rp. 2.000,- S/D Rp. 85.000,-	a. Rp. 3.000,- S/D Rp. 80.000,-
3.	Place	a. Tempat parkir Luas b. Dapat Akses Di Google Maps c. Tersedia toilet d. Strategis e. Bersih	a. Parkir motor b. Bisa Di Cari Di Google Maps c. Bersih	a. Parkir Motor b. Bisa Di Cari Di Google Maps c. Tempat kurang luas
4.	Promotion	a. Situs Website b. Whatsapp c. Facebook d. Instagram e. Sales	a. Pamflet Depan Toko b. Broadcast Whatsapp c. Facebook	a. Broadcast Whatsapp b. Instagram

No	Unsur Pemanding	Rumah Sosis Banjaran	Lepi-Lepi Frozenfood	Ocha Frozen Food
5.	Kualitas produk	a. Keragaman Produk: 19+ jenis b. Kesesuaian produk: sertifikasi halal, BPOM, PIRT c. Ketahanan produk: 1bulan-2 tahun d. Estetika produk: desain kemasan dan warna yang menarik (kemasan vacum, press, dan kemasan transparan dan mika). Stiker, logo,	a.terdapat 12 jenis b.sertifikasi halal, BPOM c. 1tahun d.desain kemasan pabrik,kemasan transparan label produk,	a.terdapat 11 jenis b.halal dan BPOM c.1 tahun d. kemasan transparan, label kertas
6.	Kualitas pelayanan	a. Kualitas Produk: tahan lama, bentuk varian,ukuran, rasa varian b. Kualitas Pelayanan: sales, karyawan dan owner secara langsung maupun online pembayaran melalui Qris, debit, tunai	a.bentuk varian, varian rasa produk b.karyawan, pembayaran menggunakan tunai	a.bentuk varian, varian rasa produk b. owner, pembayaran dapat dilakukan dengan tunai dan transfer

Sumber: Hasil Observasi

Pada tabel di atas menunjukkan bahwa Rumah Sosis Banjaran memiliki keunggulan yang diantaranya yaitu pelayanan secara langsung oleh owner, karyawan dan sales produk *frozen food*, produk yang bervariasi sehingga konsumen lebih tertarik untuk melakukan pembelian di Rumah sosis Banjaran.

Selain itu juga tersedia pembayaran dalam bentuk tunai maupun non tunai melalui aplikasi *Mobile Banking*, aplikasi Dana digital, *Shopeepay* serta *Qris* yang dapat memudahkan konsumen dalam berbelanja.

Rumah Sosis Banjaran merupakan salah bentuk usaha yang bergerak pada bidang makanann beku, cepat saji dan siap dikonsumsi secara langsung. Yang mana berbagai macam jenis olahan makanan beku dari berbagai macam merk dan jenis tersedia. Rumah Sosis Banjaran mampu bersaing dengan banyaknya kompetitor sejenis dan sanggup memberikan kesan yang positif bagi para konsumen. Rumah Sosis Banjaran juga memiliki relasi yang menjadi distributor produk yang di pasarkan. Pelayanan yang dilakukan secara langsung oleh owner, karyawan dan sales dari masing-masing merk produk yang bekerja sama dengan Rumah Sosis Banjaran menjadikan hal tersebut dapat memudahkan konsumen dalam mendapatkan informasi mengenai produk dari masing-masing merk. Sehingga dengan adanya hal tersebut maka konsumen akan merasakan kepuasan dalam berbelanja di Rumah Sosis Banjaran.

Kepuasan konsumen merupakan hal yang vital untuk menguasai pasar. Salah satu indikator dari kepuasan konsumen dapat dilihat dari pembelian ulang oleh konsumen. Kemudian peneliti melakukan observasi kepada 35 konsumen. Hal tersebut dipaparkan dalam tabel di bawah ini :

Tabel 1. 4
Data Frekuensi Pembelian Pada Rumah Sosis Banjaran

No.	Frekuensi Pembelian	Jumlah
1	2 x	10
2	>2 x	25
Total		35

sumber: Hasil observasi konsumen Rumah Sosis Banjaran

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti sesuai dengan tabel yang diatas bahwa pembelian produk di Rumah Sosis Banjaran sebanyak 2x datang berjumlah 10 orang dan lebih dari 2x datang ada 35 orang, total konsumen yaitu 35 orang. Hal ini berarti konsumen merasa puas berbelanja di Rumah Sosis Banjaran karena sesuai dengan yang pelanggan harapkan.

Kepuasan konsumen tidak terlepas dari faktor-faktor yang mempengaruhinya. Adapun beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan menurut Lupiyoadi adalah kualitas produk, kualitas layanan harga, emosi, emosional, serta biaya dan kemudahan.⁸, sedangkan di Rumah Sosis Banjaran faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah yang termuat dalam tabel dibawah :

Tabel 1. 5
Faktor Yang Memengaruhi Kepuasan Konsumen Rumah Sosis Banjaran Kota Kediri

No.	Faktor kepuasan	Jumlah
1.	Kualitas produk	10
2.	Harga	4
3.	Emosional	2
4.	Kualitas pelayanan	16
5.	Kemudahan dan biaya	3
Total		35 Orang

Sumber : Hasil observasi konsumen Rumah Sosis Banjaran.

⁸ Rambat Lupiyoadi, Manajemen Pemasaran Jasa (Jakarta:Salemba 4,2017)158

Hasil dari observasi pada responden sebagaimana tabel diatas, bahwasanya alasan mereka memilih berbelanja di Rumah Sosis Banjaran di karenakan faktor kualitas produk sebanyak 10 orang, faktor harga sebanyak 4 orang, faktor emosional sebanyak 2 orang, pada faktor kualitas pelayanan sebanyak 16 orang, dan faktor kemudahan dan biaya sebanyak 3 orang. Sehingga dapat disimpulkan bahwa faktor kualitas produk dan kualitas pelayanan menjadi faktor yang paling dominan dan sangat berpengaruh pada kepuasan konsumen.

Terdapat beberapa penelitian terdahulu menyebutkan bahwasannya kepuasan konsumen dipengaruhi adanya faktor kualitas produk dan faktor kualitas pelayanan. Penelitian terdahulu menyebutkan bahwa faktor produk mempengaruhi kepuasan konsumen sebagaimana penelitian Saniah, Ariadi, Harpowo,⁹ sedangkan faktor kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen sebagai mana yang di jelaskan dalam penelitian yang dilakukan oleh Fadillah.¹⁰

Berdasarkan latar belakang dan uraian data diatas, maka penulis ingin melakukan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada lokasi penelitian yang sudah di tentukan. Dengan demikian peneliti ingin melakukan penelitian yang berjudul

⁹ Siti Saniah, Bambang Yudi Ariadi, dan Harpowo Harpowo, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Kedai 'Pesenkopi' di Kota Malang," *Agriecobis : Journal of Agricultural Socioeconomics and Business* 3, no. 1 (Agustus 27, 2020): 40, <http://ejournal.umm.ac.id/index.php/agriecobis/article/view/13199>.

¹⁰ Mei Ferra Fadillah (2021) *pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen ayam griller(studi kasus pada konsumen Prima Freshmart Pondok Jati, Kecamatan Buduran Sidoarjo)*, Undergraduate (S1) thesis, IAIN Kediri.

“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Rumah Sosis Banjaran, Kecamatan Kota, Kota Kediri)”.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana kualitas pelayanan pada Rumah Sosis Banjaran ?
2. Bagaimana kepuasan konsumen pada Rumah Sosis Banjaran ?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Sosis Banjaran ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah yang telah dirumuskan peneliti, maka terdapat beberapa tujuan dari penelitian antara lain sebagai berikut :

1. Untuk Mendeskripsikan kualitas pelayanan frozen food pada Rumah Sosis Banjaran
2. Untuk Menjelaskan kepuasan konsumen frozen food pada Rumah Sosis Banjaran
3. Untuk Menggambarkan ada atau tidaknya pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Rumah Sosis Banjaran

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah yang diajukan oleh peneliti dalam bentuk kalimat.¹¹ Peneliti merumuskan hipotesis dugaan sementara dari penelitian sebagai berikut :

H₀₁ : Tidak adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap konsumen di Rumah Sosis Banjaran.

¹¹ Dominikus Dolet Unaradjan, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya, 2019), 93.

H_{a1} : Adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap konsumen Banjaran Rumah Sosis.

H₀₂ : Tidak adanya pengaruh kepuasan konsumen di Rumah Sosis Banjaran.

H_{a2} : Adanya pengaruh kepuasan konsumen Rumah Sosial Banjaran.

E. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi untuk penelitian berikutnya perihal pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

2. Secara Praktis

a. Bagi Penulis

Diharapkan penelitian ini menambah pengetahuan penulis dalam hal pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

b. Bagi Perguruan Tinggi

Memberikan informasi terkait hal pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

c. Bagi Rumah Sosis Banjaran

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan perusahaan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

F. Telaah Pustaka

1. Penelitian yang dilakukan oleh Febby Gita Cahyani, 2016 dengan judul skripsi *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga*

Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Ikan Bakar Cianjur Cabang Manyar Surabaya, mahasiswi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya¹². Penelitian ini memiliki maksud mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Restoran Ikan Bakar Cianjur Cabang Manyar Surabaya. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan metode statistik deskriptif. Perbedaan penelitian terdahulu dan juga penelitian sekarang yaitu terletak pada objek yang diteliti, dimana peneliti dulu memilih obyek konsumen Restoran Ikan Bakar Cianjur Cabang Manyar Surabaya, sedangkan penelitian yang sekarang objeknya adalah konsumen Rumah Sosis Banjaran. Persamaan yang terdapat pada penelitian ini yaitu pada variabel yang digunakan yakni Kualitas Pelayanan pada Kepuasan konsumen.

2. Penelitian yang ditulis oleh Ira Sulistiani, 2019. Dengan judul skripsi yaitu *Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Air Minum dalam kemasan Aqua (Studi pada Paguyuban Pasundan Nganjuk)*, mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri¹³. Pada penelitian ini memiliki tujuan yaitu guna mengetahui seberapa berpengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen air minum kemasan aqua di paguyuban pasundan Nganjuk. Persamaannya yaitu

¹² Febby Gita Cahyani, *pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Ikan Bakar Cianjur Cabang Manyar Surabaya*. (Skripsi: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia STEIA Surabaya, 2016)

¹³ Ira Sulistiani, *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Air Minum dalam kemasan Aqua (Studi pada Paguyuban Pasundan Nganjuk)*, (Skripsi: Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri, 2019)

dari penelitian dahulu dan sekarang sama-sama penggunaan variabel X dan Y berkaitan dengan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen. Perbedaan terlihat dari Objek Penelitian, yang satu objeknya konsumen air minum kemasan merk Aqua di Nganjuk, dan Penelitian sekarang objek penelitiannya yaitu Rumah Sosis Banjaran Kediri.

3. Skripsi yang 3 yaitu ditulis oleh Zida Ni'matus Sholehah, 2020, yang memiliki judul yaitu *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Sari Roti (studi pada Indomaret R.A Kartini Tanjung Anom Nganjuk)*, mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri¹⁴. Penelitian yang digunakan penulis terdahulu yaitu penelitian kuantitatif deskriptif. Penelitiannya memiliki tujuan yaitu mengetahui seberapa berpengaruh kualitas produk sari roti terhadap kepuasan pelanggan produk sari roti di indomaret R.A Kartini Tanjung Anom. Persamaan penelitian terdahulu dan sekarang yaitu terletak pada metode yang digunakan yakni menggunakan metode kuantitatif dan variabel yang digunakan adalah kepuasan konsumen. Letak perbedaannya terdapat pada obyek penelitian, pada obyek penelitian dahulu penulis mengambil obyek konsumen dari indomaret RA Kartini Tanjung Anom Nganjuk yang mengkonsumsi produk Sari Roti. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan obyek konsumen dari Banjaran Rumah Sosis Kota Kediri. Perbedaan yang kedua yaitu pada variabel penelitian yang

¹⁴ Zida Ni'matus Sholehah, *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Sari Roti pada Indomaret R.A Kartini Tanjung Anom Nganjuk*, (Skripsi: Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri, 2020)

terdahulu menggunakan variabel kualitas produk sedangkan pada penelitian ini menggunakan variabel kepuasan konsumen.

4. Penelitian oleh Muhammad Saif, 2018 "*Pengaruh Kualitas Produk Makanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Makanan Medan Napoleon*", oleh mahasiswa Universitas Sumut (Sumatera Utara)¹⁵. Pada penelitian ini memiliki tujuan guna mengetahui seberapa berpengaruh kualitas produk yang di jual terhadap kepuasan konsumen dari produk Medan Napoleon. Penelitian ini memiliki persamaan pada metode penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif serta variabel yang digunakan yaitu kepuasan konsumen. Perbedaan pada penelitian ini dapat dilihat dari objek penelitian pada penulis terdahulu dan sekarang, pada peneliti terdahulu objek penelitiannya konsumen Medan Napoleon sedangkan peneliti sekarang objeknya yaitu Rumah Sosis Banjaran Kediri. Perbedaan kedua yaitu pada variabel yang digunakan. Penelitian terdahulu menggunakan variabel kualitas produk dan pada penelitian yang sekarang digunakan variabel kualitas pelayanan.
5. Penelitian dilakukan oleh Juliana Sita Dewi, 2019 yang memiliki judul *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Laundry (studi pada Apique Laundry Kediri)*, dari mahasiswa IAIN Kediri¹⁶. Peneliti menggunakan metode kuantitatif, dengan tujuan penulisan untuk mendeskripsikan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan

¹⁵ Muhammad Sa'if, *pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen pada Produk Makanan Medan Napoleon*, (Skripsi: Universitas Sumatera Utara, 2018)

¹⁶ Juliana Sita Dewi, *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Laundry pada Apique Laundry Kediri*, (Skripsi: Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Bisnis Islam IAIN Kediri, 2019)

pelanggan *Apique* Laundry. Perbedaan dari kedua skripsi ini terletak pada Objek yang digunakan peneliti. Pada peneliti terdahulu objek penelitiannya *Apique* Laundry sedangkan pada penelitian sekarang objek yang digunakan yaitu Rumah Sosis Banjaran Kediri. Persamaan kedua penelitian ini terletak pada variabel yang digunakan, sama-sama menggunakan variabel X yaitu pada kualitas pelayanan dan variabel Y merupakan kepuasan konsumen.